

• 12 MARS 2014 PAR SÉBASTIEN ROUX

Vent de nouveauté pour la Biennale de Montréal

La *Biennale de Montréal* dévoile sa nouvelle identité visuelle signée *Uniform*.

Le studio de design Uniform a revu le logo ainsi que les outils de communication de l'organisme artistique. Plus précisément, le logo a été modernisé tout en restant fidèle au caractère typographique et à la juxtaposition des lettres BNL et MTL.

Concernant les couleurs, le noir a d'abord fait place à un gris lumineux, mais neutre. À cela s'ajoutent des couleurs vives (six au total) qui complètent l'identité visuelle de l'organisme en plus d'accentuer le rythme du contenu informatif présenté sous forme de liste telle une continuité de logotypes. Celles-ci sont utilisées suivant une séquence dans le temps.



Uniform s'est ainsi inspiré de la vision artistique de l'annonceur, orientée vers le décroisement, l'expérimentation, l'agilité, la rigueur et l'ouverture.

Pour ce qui est du volet site web, c'est le studio *Bureau Principal* qui a pris le relais.

La Biennale de Montréal a pour mission de stimuler, soutenir, interpréter et diffuser les pratiques d'arts visuels les plus actuelles tout en contribuant à faire de Montréal une destination de choix pour l'art contemporain.

Consultez son site internet [ici](#).

Photos : John Londodo (Rodeo Production)